# Il vino pregiato è pronto per l'Africa?

scritto da Emanuele Fiorio | 3 Marzo 2022




L'Africa è un continente composto da 54 nazioni, un territorio immenso caratterizzato da una straordinaria eterogeneità. **Chiunque dica "vorrei fare affari in Africa" piuttosto che focalizzarsi su singoli paesi dimostra di avere un obiettivo commerciale così indefinito da essere privo di significato.**

È anche vero che molte nazioni africane hanno popolazioni giovani e dinamiche e Paesi che erano impantanati nella guerra civile o nella corruzione, oggi sono diventati destinazioni di lusso, attirando turisti che si aspettano di godere di ottimi vini durante i loro viaggi.

**ARENI Global**, per la sua prima Insights Series del 2022, ha riunito alcuni esperti per aiutare a far luce su alcune questioni e rispondere ad una domanda principale: **"I fine wines sono pronti per l'Africa?".**

## Eterogeneità dei mercati africani

"È difficile parlare dell'Africa come mercato" evidenzia Edo Heyns, responsabile marketing e sviluppo strategico di Advini

Sudafrica. “perché comprende 48 paesi sulla terraferma e sei isole”.
Il Botswana, per esempio, ha lodge di fascia alta per il turismo di lusso, dove viene servito vino pregiato, “ma la popolazione del Botswana è numericamente ridotta (circa 2,3 milioni). Quindi esistono due mercati differenti”.

Per le aziende sudafricane il continente africano è immensamente importante, Heyns ha rivelato che i primi cinque mercati per il vino sudafricano sono: Nigeria, Kenya, Zimbabwe, Tanzania e Ghana.

Dalle parole di Heyns emerge un aspetto rilevante: **“la pandemia ci ha mostrato quali sono i veri mercati africani”, perché il turismo è scomparso.** “Nei prossimi cinque anni vogliamo avere una maggiore rappresentanza in Africa. Abbiamo sicuramente risorse e budget per far crescere i mercati e vediamo un enorme potenziale”.

## Immergersi nella cultura gastronomica locale

Chinedu Rita Rosa è la fondatrice di Vines by Rosa, una società di consulenza con sede in Francia che, tra le altre cose, aiuta le aziende vinicole ad esportare in Nigeria. “La prima cosa che faccio come nigeriana, che vive qui in Francia e lavora nel settore del vino da oltre 22 anni, è chiedere: Sei mai stato in Nigeria? Sei mai stato in Africa?. Se non lo fai, non c’è modo di capire il continente e non c’è modo di vendere alla gente”.

**Gli europei che vogliono fare business in Africa hanno bisogno di ascoltare la gente del posto e mettere da parte i pregiudizi, in particolare sul cibo.** “Se consigli ad un francese di provare la zuppa locale, perché è uno dei piatti africani e nigeriani più popolari, potrebbe storcere il naso perché la zuppa contiene olio di palma. Ma non è con queste modalità che si convincono i potenziali clienti a provare i vini francesi, perché i nigeriani amano il loro cibo”.
**Anche i consumatori africani benestanti sono radicati nella**

**loro cultura**, quindi “bisogna trovare un modo per **abbinare quei vini con le pietanze nigeriane e la cultura gastronomica africana”.**

### Chi sono i consumatori?

È importante distinguere tra diversi tipologie di consumatori di fine wine, ci sono i turisti in cerca di esperienze di lusso ed i consumatori benestanti locali.
I sudafricani hanno un vantaggio, perché possono usare il turismo per entrare in contatto con i consumatori di vino che arrivano direttamente in cantina e comprano sul posto.

David White – direttore marketing di Moët Hennessy per Africa e Medio Oriente – ha sottolineato che gli sforzi di marketing devono essere focalizzati sulle condizioni locali, perché i consumatori sono “estremamente consapevoli della loro posizione nel mondo e l’attaccamento al luogo da cui provengono e alla loro nazionalità è molto forte. **Se un brand tenta di vendere con modalità e linguaggio occidentali, non andrà lontano”.**
White ha aggiunto che “**non esiste il consumatore di vino africano. Qualsiasi brand del nostro portafoglio è fatto su misura per il consumatore ghanese, keniota, sudafricano”.**

È anche importante capire che la popolazione africana è, in generale, altamente connessa.
“Se si guarda alla penetrazione degli smartphone in tutta l’Africa, alle carte SIM, ai dispositivi mobili, ci sono poco più di un miliardo di consumatori in Africa, e 1,2 miliardi di connessioni di telefonia mobile”.

“Ogni mercato è diverso” afferma Heyns “ma ad esempio, quello che mi piace del Kenya è che dopo ogni degustazione di vino, la quantità di followers che si ottengono si avvicina al numero dei partecipanti totali. È probabile che si ricevano ordini attraverso messaggi diretti su Instagram, questo non accade in altri mercati”.

Secondo Heyns **le strategie per diffondere il consumo e la cultura del vino in Africa sono gli eventi ed il "bundling" (vendita congiunta di due o più beni distinti) tra fine wine e prodotti tipici locali.**
Il distributore di Advini Sudafrica in Zimbabwe propone code di coccodrillo, torte congelate e vende vino in abbinamento ad altri beni di lusso come i sigari. "Siamo in grado di presentare dei cesti per far conoscere alle persone nuovi vini. Sono anche un bel mezzo per proporre abbinamenti tra vino e cibo".

Anche Chinedu propone abbinamenti tra vini pregiati e cibo locale: "Abbiamo abbinato vini e Champagne con banane, soia, salsa di pepe, tipicità nigeriane. Organizzerò eventi di degustazione con vino e cibo nigeriano anche qui a Parigi"

## Prospettive future

Secondo White i giovani consumatori africani sono più propensi ad adottare nuove tecnologie rispetto al resto del mondo, Chinedu è d'accordo. "Questo è assolutamente vero. Ero nel settore bancario prima di entrare nel vino e ciò che mi entusiasma davvero è il fatto che la nostra industria finanziaria è una delle più flessibili del mondo. Non c'è niente che non possa essere fatto in pochi secondi. Ho fatto vendite per oltre 50.000 dollari in una settimana solo inviando messaggi ai clienti".

Si prevede che la **Nigeria** avrà una popolazione di oltre 400 milioni di persone entro il 2050, di cui più del 50% sotto i 30 anni. Secondo Chinedu **non esiste un altro posto al mondo con una popolazione così giovane e dinamica e potenzialmente disposta a bere fine wine**: "Nel Regno Unito, sono gli anziani che bevono vini pregiati, ma non in Africa".

In conclusione molti concordato sul fatto che **il futuro del vino in alcuni paesi africani sia luminoso, a patto che i produttori si prendano il tempo per visitare e capire veramente la cultura ed i bisogni della gente del posto.**